



Fake news. Kampen om sandheden

Hjarvard, Stig

Published in:
Anglo-Files

Publication date:
2018

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Document license:
[CC BY-ND](#)

Citation for published version (APA):
Hjarvard, S. (2018). Fake news. Kampen om sandheden. *Anglo-Files*, 2018(188), 37-41.



Af Stig Hjarvard

Stig Hjarvard, ph.d., er professor i Medievidenskab ved Københavns Universitet, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling.

Fake news: kampen om sandheden

Paven støtter Donald Trump. Medlemmer af USA's parti Demokraterne er aktive i pædofili-ring, og der er fundet tusindevis af stemmesedler med kryds ved demokratiske kandidater gemt i et varehus i Ohio, før valget overhovedet er afholdt. Fælles for disse opsigtsvækkende historier er ikke blot, at de cirkulerede på internettet og sociale medier under den seneste valgkamp i USA; de er også fælles om at være løgn og pure opspind, designet til at sprede forvirring, miskreditere politiske modstandere. De er *fake news* og truer i yderste konsekvens med at underminere det demokratiske samfunds vigtigste institution: valghandlingen. Fænomenet er på ingen måde forbeholdt USA, men findes globalt, herunder i Danmark. Det måtte Enhedslistens Johanne Schmidt-Nielsen sande, da hun blev erklæret død i en falsk nyhedshistorie på internettet.

Fake news indgår også i den psykologiske krigsførelse mellem fjendtligsindede stater. I konflikten mellem Ukraine og Rusland blev det meget synligt efter nedskydningen af passagerflyet MH17 fra Malaysia Airline over det østlige Ukraine i 2014. En hollandsk ledet undersøgelseskommission med internationale eksperter konstaterede, at et russisk produceret missil var ansvarligt for nedskydningen, og at det blev affyret fra et område kontrolleret af pro-russiske militser i Ukraine; men på internettet og sociale medier cirkulerede en stribe af historier med alternative forklaringer

på nedskydningen, og det bidrog til, at sandheden om nedskydningen blev sløret. For den almindelige iagttager blev det uklart, hvad der var op og ned i den historie, og dermed havde de falske nyheder gjort deres arbejde. I nogle tilfælde er der politiske eller nationale sikkerhedsinteresser bag *fake news*. I andre tilfælde er det udsigten til økonomisk gevinst, der driver hjemmesider med falske nyheder: Opsigtsvækkende historier skaber internettrafik, og 'klik' giver reklameindtjening, også selvom historierne er løgnagtige.

Propaganda og misinformation er på ingen måde nye fænomener, og løgnen blev opfundet længe før den trykte presse og internettet. Pressens og mediernes historie handler også om kampen mellem forskellige interesser i at udøve indflydelse på fremstillingen af den virkelighed, vi lever i. Man kan derfor med rette spørge, om der er noget nyt ved *fake news*, og hvori det nye i givet fald egentlig består. Det nye er ikke, at usande eller stærkt tendentiøse nyheder kan finde vej til offentligheden; der er mange historiske eksempler på, at politiske og militære interesser har prøvet at vildlede nyhedsmedierne, og journalister og fotografer er fx også blevet grebet i at anvende fiktive kilder og manipulere fotografier.

Der er imidlertid to ændrede forhold, som gør fænomenet aktuelt og vigtigt på en måde, vi ikke i samme omfang har set tidligere: et

ændret mediemiljø med nye mekanismer til udvælgelse og distribution af indhold og fremkomsten af en *politisk populisme*, der aktivt bruger begrebet *fake news* til at miskreditere etablerede nyhedsmedier. *Fake news* er et mangehovedet uhyre. Som begreb betegner det umiddelbart den mere eller mindre bevidste manipulation af nyheder, men det er selv blevet en del af den politiske kamp om retten til at beskrive virkeligheden: De selv-samme seriøse nyhedsmedier, der ser sig som en modvægt til sociale mediers rygtebørs, anklages af populistiske som Donald Trump for at være de egentlige ophavsmænd til falske nyheder. Og i en bredere forstand er *fake news* blevet en betegnelse for en generel tillidskrise omkring troværdigheden af den information, der cirkulerer i samfundet, herunder en øget fornemmelse af, at skellene mellem nyheder, holdninger og direkte manipulation ikke er så klare.

Et ændret mediemiljø

Fremkomsten af internettet og udbredelsen af sociale medier som Facebook og Twitter har på afgørende vis ændret mediesystemet, herunder den vedvarende strøm af offentlig tilgængelig information, der bidrager til at give borgerne en kontinuerlig orientering om den virkelige verdens beskaffenhed, herunder ikke mindst den politiske verdens realiteter. I massemediernes æra kom nyhedsmedier og journalister til at indtage en privilegeret position, hvor de som *gatekeepers* var med til at bestemme, hvilke nyheder der kom til offentlighedens kendskab, hvordan historier skulle vinkles, og hvem der kom til orde i debat- og læserbrevsspalter. I løbet af det 20. århundredes anden halvdel voksede de journalistiske nyhedsmediers selvstændighed i forhold til de politiske organisationer. Centralt i denne udvikling var journalistikkens krav om at *adskille news fra views*. Nyheder skulle baseres på fakta på baggrund af selvstændig journalistisk research, mens holdninger og synspunkter skulle bringes i særlige genrer

som kommentar, læserbrev og leder i særlige dele af avisen.

Med internettet og interaktive medier har de traditionelle nyhedsmedier på tryk, radio og tv mistet en del af deres autoritet til at definere virkeligheden, ligesom de på grund af den øgede mediekonkurrence generelt har mistet publikum. Interesseorganisationer, politiske partier og menigmand kan nu selv publicere nyheder, og vi bidrager alle i et vist omfang selv til historiers udvælgelse og cirkulation ved at *like* og dele indhold på sociale medier. Nyt er desuden den omfattende automatisering og dataficering af digitale mediers udvælgelse og distribution. En nyhedshistories synlighed på internettet og sociale medier afgøres bl.a. af, hvor mange der *liker* og *deler*, ligesom brugernes tidligere medieadfærd og indholdsmæssige præferencer får indflydelse på, hvilke typer af indhold der tilflyder de pågældende. Skandalen omkring det britiske analysefirma Cambridge Analyticas udnyttelse af brugerdata fra Facebook til at påvirke kommunikationen under det amerikanske præsidentvalg er et godt eksempel på, at brugernes digitale fodspor kan udnyttes til at foretage holdningsmæssig bearbejdning. Ved at fremsende særligt vinklede historier til udvalgte grupper af befolkningen kan de påvirkes, uden at de selv er klar over, at der er tale om en bevidst manipulation af det udvalg af historier, de præsenteres for.

Skellet mellem faktuelle og holdningsprægede historier er også i skred på andre måder. I dag er politiske partier og interesseorganisationer blevet til en ny slags medievirksomheder, der driver websites, producerer tv-historier og podcasts og tillige er meget aktive på sociale medier. Dette kan minde om den gamle partipresse for mere end hundrede år siden, hvor aviser blev udgivet af partier og interesseorganisationer, og journalistikken endnu ikke havde opnået selvstændighed som profession. En vigtig konsekvens er,

at *news* ikke længere er så adskilt fra *views*. Det er der i udgangspunktet ikke noget galt med. Det er forventeligt og legitimt, at Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, den liberale tænketank CEPOS og interesseorganisationen Landbrug & Fødevarer ikke blot udsender faktuelle informationer, men også prøver at fremme bestemte politiske dagsordener. Men nogle af disse interesseorganisationer har udviklet analyse- og medieressourcer, der matcher eller overstiger eksisterende nyhedsmediers evne på de pågældende fagområder, og det gør det lettere for de interessebetonede historier at cirkulere uden at blive genstand for en mere uafhængig og kritisk journalistisk behandling.

Vi har desuden set en vækst i holdningsprægede nyhedsmedier på internettet. I USA kom det højrepopulistiske *Breitbart News* til at spille en vis rolle under den seneste valgkamp, og dets leder Steve Bannon kom for en stund til at fungere som chefstrateg for Donald Trump. I Danmark har vi også fået nyhedsmedier med en klar politisk holdning. Det gælder fx det højrepopulistiske *Den Korte Avis*, den liberale netavis *180 Grader*, og det socialistiske *piopio.dk*. Sådanne aviser skal vi måske snarere karakterisere som *viewspapers* end som *newspapers*, da de både i deres nyhedshistorier og debatstof er præget af bestemte grundholdninger og ikke tilstræber en traditionel journalistisk upartiskhed. I sig selv er det øgede udbud af sådanne former for *partisan news*, som det kaldes i den angelsaksiske verden, ikke et problem. Ret beset kan det bidrage til en øget mangfoldighed i medieudbuddet, når forskellige stemmer og interesser kan komme mere direkte til orde. Men det stiller større krav til brugerne i forhold til at være opmærksom på, i hvilket omfang en historie er tilstrækkeligt faktuel belyst, eller der mangler afgørende information til, at man selv kan danne sig en mening. Brugere bliver i højere grad selv ansvarlige for at lade sig eksponere for indhold, der giver en

bredere forståelse af en given sag, og ikke blot læse de historier, der bekræfter allerede eksisterende opfattelser.

Populismen

Når *fake news* er blevet et voksende problem, skyldes det ikke blot forandringer på medieområdet, men i lige så høj grad politiske kræfter. Igen har USA i høj grad sat scenen for dette gennem Donald Trumps vedvarende kampagne mod de etablerede nyhedsmedier for at levere falske nyheder. Det er en ganske exceptionel situation, hvor et lands politiske leder igen og igen åbent erklærer, at nyhedsmedier som *New York Times* og store network som CBS, CNN m.fl. er *fake news*. Som han fx sagde i et tweet: Disse nyhedsmedier "er ikke fjender af mig, men af det amerikanske folk!". (17.2.2017) Hans angreb på nyhedsmedierne har dels en konkret anledning, idet hans egen kampagne er under anklage for at have været under indflydelse fra Rusland i sammenhæng med, at Rusland har spredt falske nyheder under valgkampen; her svarer han så igen ved at beskyldte de nyhedsmedier, der rapporterer om disse anklager, for selv at være de falske nyhedsmedier. Men angrebet på de etablerede nyhedsmedier har også et bredere sigte: Det er en del af Trumps anti-establishment retorik, der skal miskreditere den magtbærende elite i USA, herunder de dominerende, seriøse nyhedsmedier.

Trump's mindeværdige slogan "drain the swamp" signalerede netop et opgør med de etablerede magthavere i Washington, der i hans populistiske optik består af korrupte politikere, magtfulde lobbyister og en indforstået klike af journalister og medier, der tilsammen meler deres egen kage i dyb modstrid med det amerikanske folks sande interesser. Trump er blevet kaldt Twitter-præsidenten. Det afspejler, at hans kommunikationsstrategi i et vist omfang går ud på at omgå de etablerede nyhedsmedier, og i stedet prøver han at kommunikere direk-



Donald J. Trump @realDonaldTrump · 17. feb.

The FAKE NEWS media (failing @nytimes, @NBCNews, @ABC, @CBS, @CNN) is not my enemy, it is the enemy of the American People!

Oversæt fra engelsk

78 td 51 td 162 td

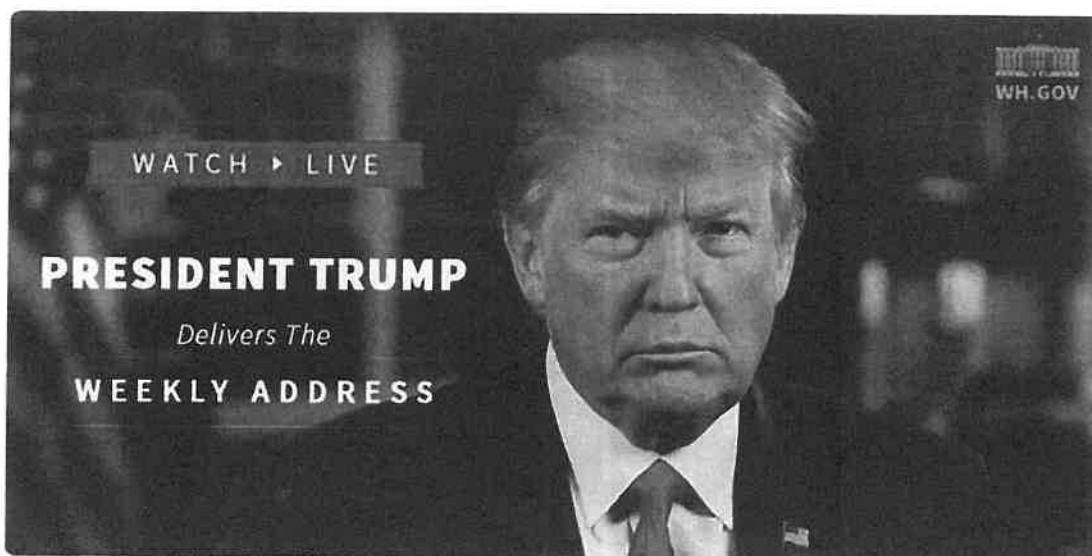


Donald J. Trump @realDonaldTrump · 17. feb.

Join me at 11:00am:

Watch here: 45.wh.gov/XYQXNw

Oversæt fra engelsk



13 td 10 td 57 td

Donald Trump er blevet kendt som 'Twitter-præsidenten' pga. sin hyppige brug af Twitter til at kommunikere med sine tilhængere. Fra sin Twitter-profil kommer han ofte med udfald mod modstandere, som her hvor etablerede nyhedsmedier beskyldes for at levere falske nyheder.

te med sine tilhængere gennem sloganagtige tweets.

Populismen består typisk af to centrale påstande: Populister vil dels hævde, at de alene taler på vegne af folket, og dels påstår de, at samfundets elite har fjernet sig fra folket og kun regerer for at tilgodese sine egne interesser. I populismens optik er samfundet ikke præget af mange forskelligartede interesser, der hver prøver at gøre krav på at få indflydelse; den grundlæggende konfliktakse går i

stedet mellem eliten på den ene side og folket på den anden side. I den sammenhæng er fænomenet *fake news* blevet en del af kampen om, hvem der har autoritet til at definere virkeligheden. Er det de etablerede nyhedsmedier, som Trump og hans kampagne påstår er sammenspist med eliten, eller er det tværtimod Trump og hans tilhængere, der bidrager til at sprede stærkt tendentiøse oplysninger eller direkte misinformation? Til at belyse dette har flere organisationer og nyhedsmedier forsøgt at tjekke forskellige påstan-

de i amerikansk politik, og der er ikke tvivl om, at Donald Trump selv har en sjælden løsgtig omgang med sandheden. Washington Posts faktatjek-tjeneste kunne således efter 1 år med Trump som præsident rapportere, at han var fremkommet med mere end 2000 falske eller misvisende påstande i løbet af det forgangne år. Men denne form for kritik synes helt at prelle af på både Trump og hans tilhængere. Det afspejler en form for sammenbrud i det amerikanske samfunds konsensus om, hvordan man når til gyldige fremstillinger af virkeligheden, og ikke mindst om, hvilke institutioner der har krav på autoritet til at fremstille virkeligheden. Som medieforskeren Brian McNair har peget på, er der sket en politisering af kampen om sandheden (McNair, 2017), og *fake news* er blevet et skældsord, man kan bruge til at afvise påstande, man ikke er enige i.

Faktatjek og kildekritik

Fænomenet *fake news* har ikke mindst synliggjort behovet for et systematisk faktatjek og kildekritik. En række organisationer og medier har allerede oprustet en sådan faktatjek-virksomhed. I USA finder man fx faktatjek-organisationer som Snopes og FactCheck.org. I Danmark har fx Ugebrevet Mandag Morgen lanceret Tjekdet. Sådanne tiltag er vigtige for at sikre en kontinuerlig afprøvning af påstande og informationer i det offentlige rum. Den almindelige bruger har imidlertid sjældent tid og ressourcer til selv at foretage sådan-

ne systematiske undersøgelser; desuden kan man sjældent vente på, at en nyhedshistorie blevet faktatjekket af andre.

Afslutningsvis skal jeg derfor pege på nogle få og enkle spørgsmål, som den almindelige bruger kan bruge til at kvalitetstjekke sit eget nyhedsforbrug (se også medieDK, 2011, side 16-17):

- Er afsenderen, mediet og de anvendte kilder uvildige eller partshavere i konflikten?
- Er de anvendte kilder til historien navngivne, og har journalisten selv talt med kilderne?
- Har de anvendte kilder en reel baggrund (fx gennem særlig ekspertise eller erfaring) for at udtale sig om sagen?
- Er udvalget af kilder tilstrækkeligt til at belyse sagen på en nuanceret måde?
- Bekræfter eller udfordrer historien mine eksisterende opfattelser af sagen?

I vores interaktive mediemiljø er vi i stigende grad nødt til at stille disse spørgsmål selv, førend vi *liker* og deler indhold med andre. Vi er på paradoksal vis blevet medansvarlige for kommunikationen i et komplekst mediemiljø, vi ikke selv har overblik, endsige kontrol over. Når vi *liker* og deler indhold, bliver vi til anbefalere af indhold, og vi er dermed selv med til at give troværdighed til indhold, der kan ligne en overraskende sandhed, men viser sig at være *fake news*.

Litteratur

- Hjarvard, Stig (red.) *medieDK*. L&R Uddannelse, 2011.
 - McNair, Brian, "Fake news – a user's guide". *The Conversation*, 6.3.2017.
<https://theconversation.com/fake-news-a-users-guide-73428>
 - Washington Post, "President Trump has made more than 2,000 false or misleading claims over 355 days", 10.1. 2018.
https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2018/01/10/president-trump-has-made-more-than-2000-false-or-misleading-claims-over-355-days/?utm_term=.bc4b4b7730be
-

ANGLO

Files

MAJ 2018 | #188

Medlemsblad for

Engelsklærerforeningen for Gymnasiet og HF
The Danish Association of Teachers of English

Oplag: 1850

ISBN 1395-881X

Deadlines og temaer:

15. august: Eksamen og Retold (om intertekstualitet)

15. oktober: Brexit

Grafisk produktion:

WERKs Grafiske Hus als, Højbjerg

Tlf.: 8627 5499. www.werk.dk

Anmeldelser:

Anmeldereksemplarer sendes til Eva Høeg.

Annoncer: Vibeke Toft Jørgensen

Forsidebilledet:

March for Our Lives, Washington D. C. 24. marts 2018

Fotograf: Jarek Tuszynski

Wikimedia Commons

Billeder i bladet:

Se oplysninger under de enkelte billeder. Redaktionen har forsøgt at finde og kontakte alle rettighedshavere.

Adresseændringer:

Bedes meddelt på www.angloforeningen.dk

Website Engelsklærerforeningen og Anglo Files:

www.angloforeningen.dk

Her er bl.a. en oversigt over kurser,
og her ligger bladet i elektronisk form.

Bladets redaktion:

Vibeke Toft Jørgensen (ansv.) (Hjørring Gymnasium)

Vestervang 17, 9800 Hjørring

Tlf. 26 24 09 21

vj@hj-gym.dk

Eva Høeg (Helsingør Gymnasium)

Prebens Vænge 3, 2800 Kgs. Lyngby

Tlf. 61 68 12 59

eh@helsingoer-gym.dk

Margit Nordskov Nielsen (Gribskov Gymnasium)

Strandboulevarden 31, 2.tv., 2100 København Ø

Tlf. 29 91 80 67

margit.n@mail.dk

Jesper Kaalund (Aurehøj Gymnasium)

Lygten 59, 3.th., 2400 København NV

Tlf. 35 82 11 15

jk@aurehoej.dk

Pernille Holm

(Rysensteen Gymnasium) – bestyrelsesrep.

Stampesgade 5, 4.tv., 1702 København V

Tlf. 61 38 53 13

ph@rysensteen.dk

Rasmus Kværndrup Andersen, (Randers HF og VUC)

Edouard Suensons Gade 4, 5. sal, lejlighed A

8200 Aarhus N

Tlf. 25 33 61 48

ra@randershfvuc.dk

Website EMU:

www.emu.dk/gym/fag/en/

Her er bl.a. praktiske ideer til undervisningen;
se desuden den faglige debat på Skolekom.